

China desplaza a EEUU como principal mercado para el pisco chileno tras salto de 461% en los envíos de 2025

■ Con compras por poco más de US\$ 1 millón, el mercado chino concentró más de un cuarto de las exportaciones totales del destilado el año pasado.

DF Regiones

POR CAMILA BEJARANO

El pisco chileno está encontrando en China un mercado que no solo crece a ritmo acelerado, sino que además, por primera vez en 2025, se convirtió en su principal comprador, superando la marca de US\$ 1 millón en importaciones. Además de una continua tendencia al alza, un cambio en la forma de medir los envíos hizo más evidente el avance del mercado chino,

ya que la nueva metodología aplicada por ProChile separa el pisco de otros aguardientes incluidos en los mismos códigos arancelarios. Así, las exportaciones totales del destilado alcanzaron US\$ 3.893.704 el año pasado, un crecimiento de 27,6%.

De nicho a primer mercado

En ese nuevo escenario, China pasó a encabezar el ranking de destinos, con compras por US\$ 1.001.033, un salto de 461% y uno de los mayores crecimientos registrados por la industria en los



Manuel Schneider, gerente de la Asociación de Productores de Pisco A.G.

últimos años, concentrando más de una cuarta parte de los envíos totales.

De este modo, China desplazó a Estados Unidos, que era históricamente el principal mercado para este producto chileno, y que el año pasado registró un retroceso de 10,8% a US\$ 723.812.

Desde el sector destacaron el potencial del mercado chino para el crecimiento futuro. “Para la industria esto es bien potente, porque recién estamos saliendo al mundo con un producto que históricamente se ha consumido en Chile”, señaló el gerente de la Asociación de Productores de Pisco A.G. (Appag), Manuel Schneider.

La estrategia impulsada por la campaña “Chilean Pisco, First Spirit”, orientada a posicionar el pisco como un producto premium en hoteles, restaurantes y bares, parece estar teniendo efectos especialmente positivos en Asia, ya que junto con el salto en los envíos a China, el mercado de Japón vio un crecimiento de 22,2%, alcanzando los US\$ 127.116. En paralelo, Europa también dio señales positivas, con alzas relevantes en Alemania y España.

En contraste, los mercados de América mostraron un desempeño más débil. Así, los envíos a Argentina

retrocedieron 61,7% y los embarques a Canadá cayeron 15,7%, evidenciando una recomposición geográfica.

Cambio metodológico

El ajuste metodológico se construyó a partir de la revisión de cada Documento Único de Salida (DUS) y la validación de exportadores en las regiones de Atacama y Coquimbo, permitiendo identificar con precisión qué embarques correspondían efectivamente a pisco. El resultado es una medición más fina del negocio y, al mismo tiempo, una señal más clara sobre hacia dónde se está moviendo la demanda.

El elemento más relevante del informe de ProChile no son sólo los datos, sino cómo se obtuvieron. Hasta ahora, las exportaciones de pisco se medían usando tres códigos arancelarios que no

son exclusivos del producto, ya que también incluyen otros destilados de uva. En la práctica, eso implica que en las cifras se estaba mezclando pisco con otros aguardientes.

Para corregir esto, ProChile validó cada empresa exportadora con las regiones de Atacama y Coquimbo, distinguiendo entre productoras directas y comercializadoras y revisó cada DUS para confirmar que el producto exportado fuera efectivamente pisco.

El resultado es contundente, mientras las cifras brutas (sin depurar) muestran una caída de 2,1% entre 2024 y 2025 a US\$ 5.263.058, las cifras depuradas muestran un crecimiento de 27,6% a US\$ 3.893.704.

“Se hizo una depuración de los datos, porque en esas tres categorías donde antes se medía no solo había pisco, sino también otros destilados de fruta (como de pera) y otros destilados de uva que se producen en el sur de Chile. Todo eso en conjunto suma cerca de US\$ 5,1 millones. Entonces, cuando se limpian esas cifras y se deja exclusivamente la categoría de pisco, el monto real baja a US\$ 3,8 millones, que es lo que efectivamente se exportó el año pasado”, explicó Schneider.